

2024年11月29日
株式会社日本政策金融公庫

仕入価格が「上昇した」と回答した企業が約8割である一方、 約3割の企業が仕入価格上昇分を全く価格転嫁できず

価格動向に関するアンケート調査結果
(生活衛生関係営業の景気動向等調査特別調査結果2024年7～9月期)

<仕入価格動向>

- 仕入価格が前年に比べて「上昇した」と回答した企業割合は79.9%と、前年調査を2.8ポイント下回った（2ページ）。
- 仕入価格が「上昇した」と回答した企業に対して、仕入価格上昇分の販売価格への転嫁について尋ねたところ、「全て転嫁できている」と回答した企業割合が3.4%となった一方で、「全く転嫁できていない」と回答した企業割合は32.2%と、前年調査を1.1ポイント上回った（4ページ）。
- 今後1年間の仕入価格の見通しは、「上昇する」と回答した企業割合が76.6%となった（6ページ）。

<販売価格動向>

- 販売価格を前年に比べて「引き上げた」と回答した企業割合は48.8%と、前年調査を6.4ポイント下回った（7ページ）。
- 今後1年間の販売価格の見通しは、「引き上げる」と回答した企業割合が39.3%と、前年調査を0.8ポイント下回った（10ページ）。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部 生活衛生情報支援グループ TEL：03-3270-1653（担当：和知、青木）
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

【調査の実施要領】

調査時点	2024年9月中旬			
調査方法	訪問調査			
調査対象	生活衛生関係営業 3,290企業			
有効回答企業数	3,142企業（回答率 95.5%）			
（業種内訳）	飲食業	1,444 企業	映画館	59 企業
	食肉・食鳥肉販売業	153 企業	ホテル・旅館業	180 企業
	冰雪販売業	56 企業	公衆浴場業	106 企業
	理容業	422 企業	クリーニング業	261 企業
	美容業	461 企業		

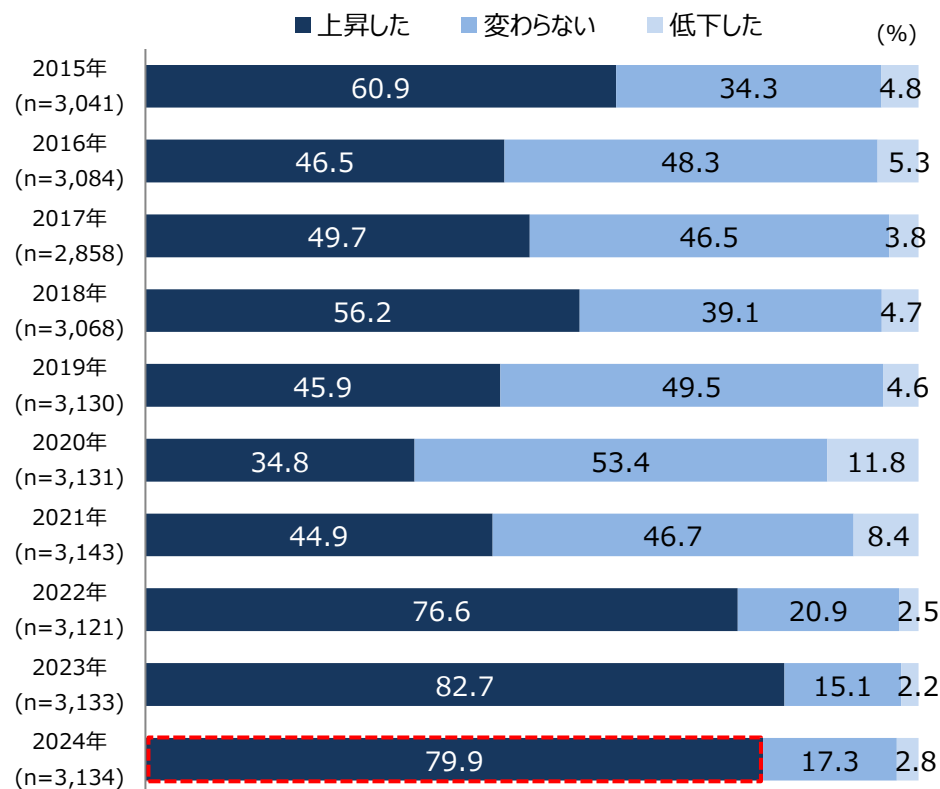
【本調査における留意事項】

- 2016年4～6月期調査から沖縄県の企業を調査対象に加えている。
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

1 仕入価格の動向

- 仕入価格が前年に比べて「上昇した」と回答した企業割合は79.9%と、前年調査を2.8ポイント下回った（図表1）。
- 業種別にみると、ホテル・旅館業が94.4%と最も高く、次いで飲食業（91.3%）、クリーニング業（85.8%）となっている（図表2）。

図表1 仕入価格の動向



※いずれの期も、前年同期（7～9月期）と比べた仕入価格の動向。

※回答割合は小数第2位を四捨五入して表示しているため、合計が100にならない場合がある（以下同じ）。

図表2 仕入価格の動向【業種別】

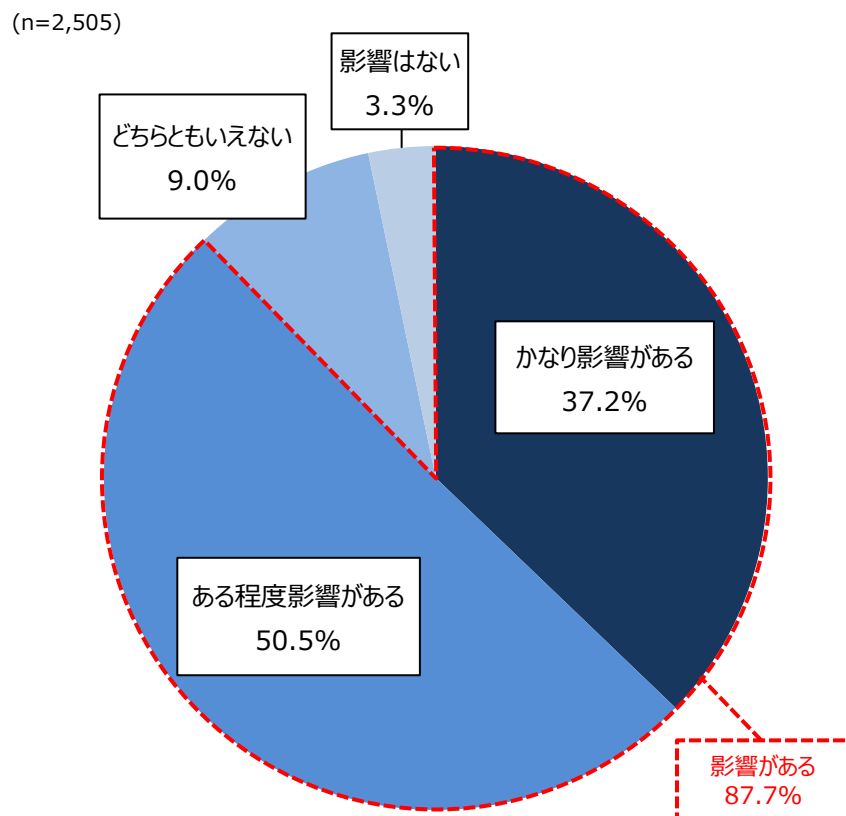
	上昇した (%)	変わらない (%)	低下した (%)
全体 (n=3,134)	79.9	17.3	2.8
飲食業 (n=1,439)	91.3	6.9	1.7
食肉・食鳥肉販売業 (n=153)	83.0	10.5	6.5
冰雪販売業 (n=56)	66.1	33.9	0.0
理容業 (n=420)	56.7	38.1	5.2
美容業 (n=460)	60.4	35.0	4.6
映画館 (n=59)	57.6	40.7	1.7
ホテル・旅館業 (n=180)	94.4	5.0	0.6
公衆浴場業 (n=106)	78.3	18.9	2.8
クリーニング業 (n=261)	85.8	12.3	1.9

※全体より5ポイント以上割合が高い項目を色掛け（青色）で表示（以下同じ）。

2 仕入価格上昇の経営悪化への影響

- 仕入価格上昇の経営悪化への影響は、「影響がある」（「かなり影響がある」「ある程度影響がある」の合計）と回答した企業割合が87.7%となった（図表3）。
- 「かなり影響がある」と回答した企業割合を業種別にみると、飲食業が47.2%と最も高く、次いでクリーニング業（42.9%）、公衆浴場業（41.0%）となっている（図表4）。

図表3 仕入価格上昇の経営悪化への影響



※仕入価格が「上昇した」と回答した企業に尋ねたもの。

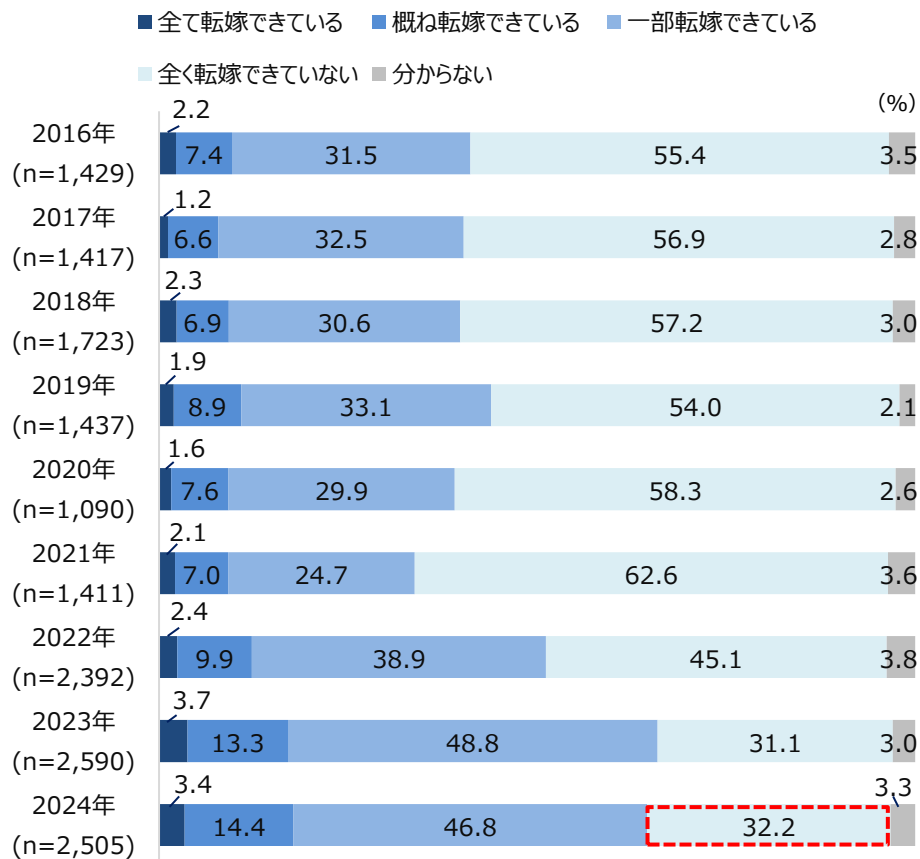
図表4 仕入価格上昇の経営悪化への影響【業種別】 (%)

	かなり影響がある	ある程度影響がある	どちらともいえない	影響はない
全体 (n=2,505)	37.2	50.5	9.0	3.3
飲食業 (n=1,314)	47.2	44.9	6.0	1.9
食肉・食鳥肉販売業 (n=127)	30.7	61.4	5.5	2.4
冰雪販売業 (n=37)	29.7	51.4	10.8	8.1
理容業 (n=238)	10.5	64.3	15.5	9.7
美容業 (n=278)	11.9	61.5	19.8	6.8
映画館 (n=34)	14.7	70.6	14.7	0.0
ホテル・旅館業 (n=170)	40.0	53.5	6.5	0.0
公衆浴場業 (n=83)	41.0	45.8	7.2	6.0
クリーニング業 (n=224)	42.9	45.5	9.8	1.8

3 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁

■ 仕入価格が「上昇した」と回答した企業に対して、仕入価格上昇分の販売価格への転嫁について尋ねたところ、「全て転嫁できている」と回答した企業割合が3.4%、「概ね転嫁できている」が14.4%、「一部転嫁できている」が46.8%を占めた一方で、「全く転嫁できていない」と回答した企業割合が32.2%と、前年調査を1.1ポイント上回った（図表5）。

図表5 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁



※仕入価格が「上昇した」と回答した企業に尋ねたもの。

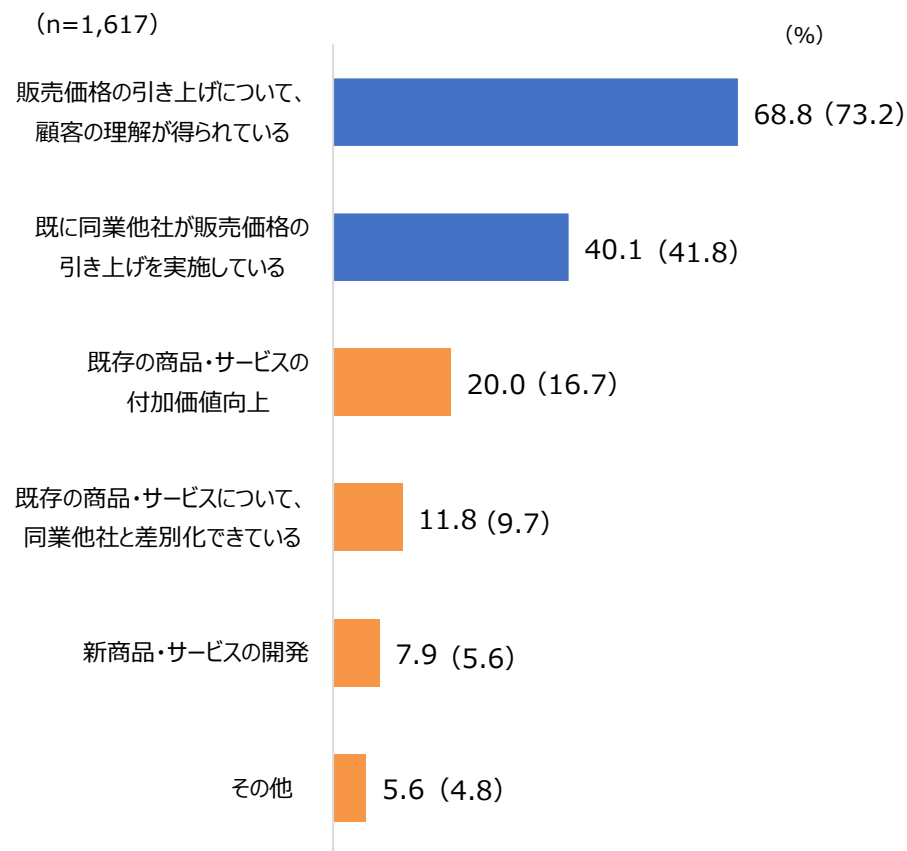
図表6 仕入価格上昇分の販売価格への転嫁【業種別】

	全て転嫁できている (%)	概ね転嫁できている (%)	一部転嫁できている (%)	全く転嫁できていない (%)	分からない (%)
全体 (n=2,505)	3.4	14.4	46.8	32.2	3.3
飲食業 (n=1,314)	2.9	13.9	49.4	31.0	2.8
食肉・食鳥肉販売業 (n=127)	3.1	26.8	56.7	12.6	0.8
冰雪販売業 (n=37)	16.2	18.9	51.4	10.8	2.7
理容業 (n=238)	4.2	10.9	29.0	50.8	5.0
美容業 (n=278)	5.0	14.0	37.4	37.4	6.1
映画館 (n=34)	8.8	23.5	35.3	29.4	2.9
ホテル・旅館業 (n=170)	1.2	17.1	55.9	22.4	3.5
公衆浴場業 (n=83)	1.2	14.5	37.3	44.6	2.4
クリーニング業 (n=224)	3.1	9.8	54.0	30.8	2.2

4 仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁できた理由

- 仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁できた理由について、「販売価格の引き上げについて、顧客の理解が得られている」と回答した企業割合が68.8%と最も高く、次いで「既に同業他社が販売価格の引き上げを実施している」（40.1%）、「既存の商品・サービスの付加価値向上」（20.0%）となった（図表7）。

図表7 原材料等の仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁できた理由（要因）【複数回答・2つまで】



- ※ 「仕入価格上昇分を販売価格に転嫁できている」と回答した企業に尋ねたもの。
 ※ 複数回答のため、割合の合計は100にならない。
 ※ カッコ内は前回調査の回答割合
 ※ 棒グラフ（オレンジ）は前回調査の回答割合を上回った項目

図表8 原材料等の仕入価格上昇分を販売価格へ転嫁できた理由（要因）【複数回答・2つまで、業種別】

(%)

	得られていて、顧客の理解が	販売価格の引き上げに実施している	既に同業他社が販売価格の引き上げを	付加価値向上	既存の商品・サービスについて、同業他社と差別化できている	既存の商品・サービスの開発	その他
全体 (n=1,617)	68.8	40.1	20.0	11.8	7.9	5.6	
飲食業 (n=870)	67.9	39.0	20.9	13.3	9.7	6.0	
食肉・食鳥肉販売業 (n=110)	77.3	47.3	8.2	11.8	1.8	3.6	
冰雪販売業 (n=32)	90.6	37.5	0.0	9.4	0.0	3.1	
理容業 (n=105)	71.4	21.9	25.7	15.2	5.7	4.8	
美容業 (n=157)	74.5	31.8	24.2	5.7	10.2	5.1	
映画館 (n=23)	69.6	39.1	13.0	8.7	8.7	8.7	
ホテル・旅館業 (n=126)	57.9	55.6	27.8	7.9	5.6	3.2	
公衆浴場業 (n=44)	68.2	47.7	2.3	4.5	2.3	15.9	
クリーニング業 (n=150)	64.7	48.0	19.3	12.7	6.0	5.3	

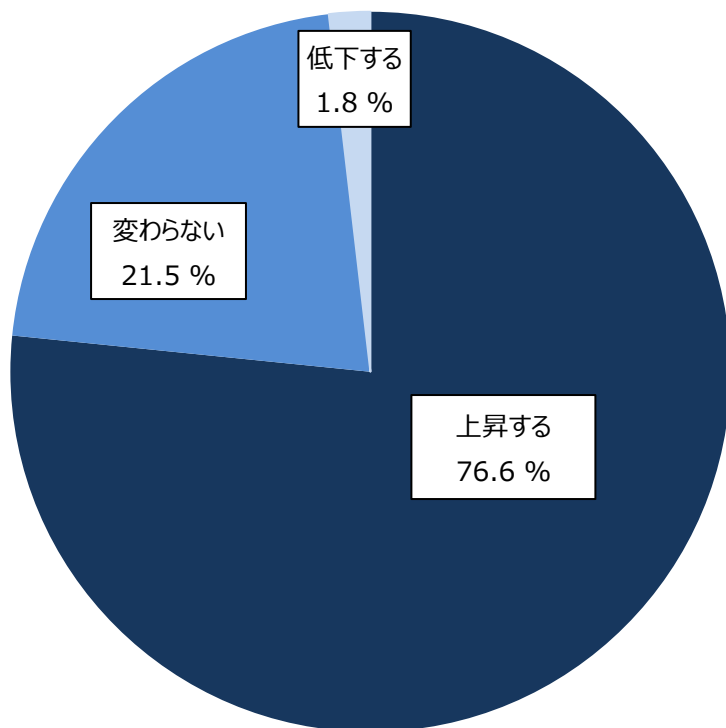
- ※ サンプル数30未満の業種については、参考値として灰色で表示（以下同じ）。

5 今後1年間の仕入価格の見通し

- 今後1年間の仕入価格の見通しは、「上昇する」と回答した企業割合が76.6%となった（図表9）。
- 業種別にみると、飲食業が85.8%と最も高く、次いでホテル・旅館業（85.6%）、クリーニング業（83.5%）となっている（図表10）。

図表9 今後1年間の仕入価格の見通し

(n=3,142)



図表10 今後1年間の仕入価格の見通し【業種別】

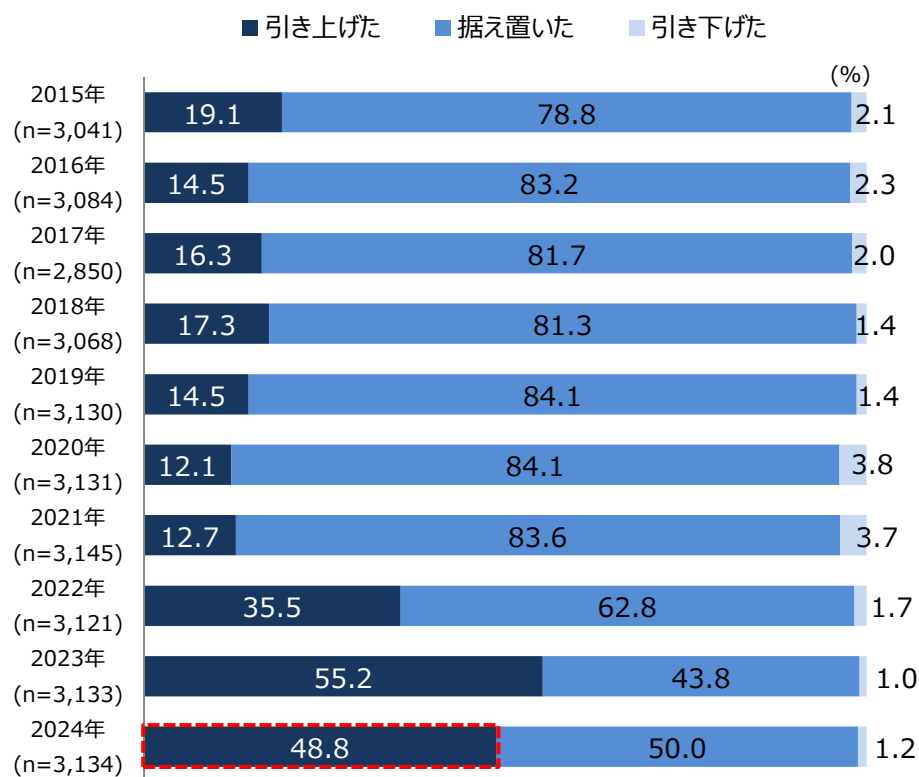
(%)

	上昇する	変わらない	低下する
全体 (n=3,142)	76.6	21.5	1.8
飲食業 (n=1,444)	85.8	12.7	1.5
食肉・食鳥肉販売業 (n=153)	72.5	22.2	5.2
冰雪販売業 (n=56)	67.9	32.1	0.0
理容業 (n=422)	57.8	38.9	3.3
美容業 (n=461)	61.0	36.4	2.6
映画館 (n=59)	64.4	35.6	0.0
ホテル・旅館業 (n=180)	85.6	14.4	0.0
公衆浴場業 (n=106)	79.2	19.8	0.9
クリーニング業 (n=261)	83.5	16.1	0.4

6 販売価格の動向

- 販売価格を前年に比べて「引き上げた」と回答した企業割合は48.8%と、前年調査を6.4ポイント下回った（図表11）。
- 業種別にみると、食肉・食鳥肉販売業が74.5%と最も高く、次いでホテル・旅館業（73.3%）、冰雪販売業（57.1%）となっている（図表12）。

図表11 販売価格の動向



※いずれの期も、前年同期（7～9月期）と比べた販売価格の動向。

図表12 販売価格の動向【業種別】

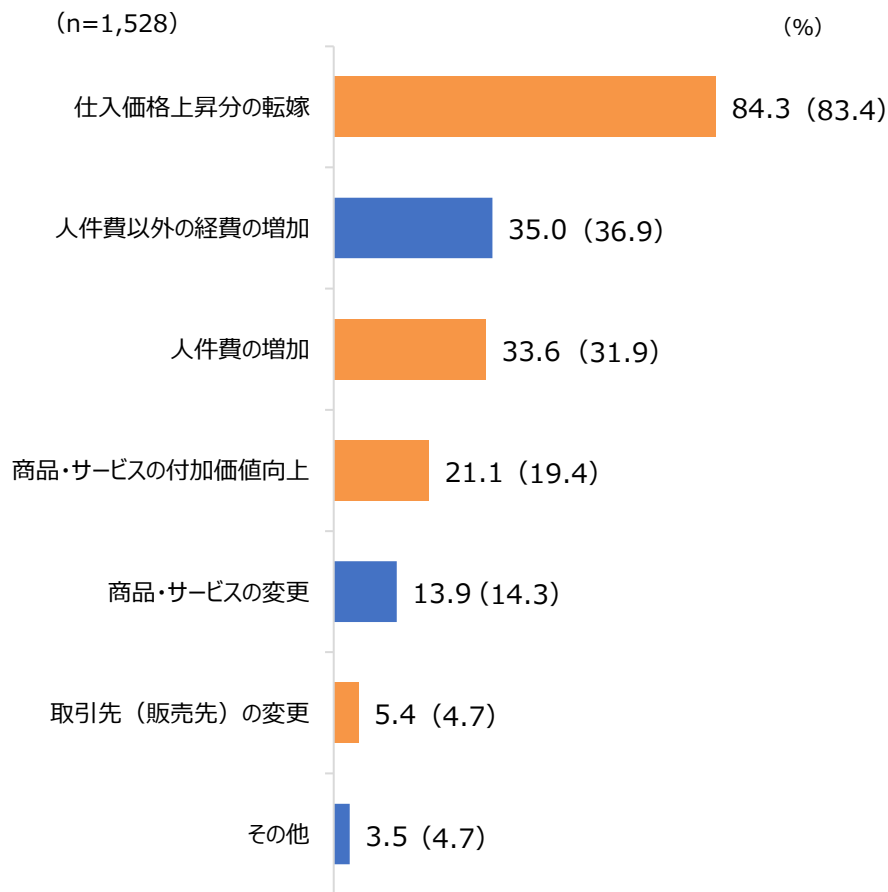
(%)

	引き上げた	据え置いた	引き下げた
全体 (n=3,134)	48.8	50.0	1.2
飲食業 (n=1,439)	56.2	42.4	1.5
食肉・食鳥肉販売業 (n=153)	74.5	25.5	0.0
冰雪販売業 (n=56)	57.1	39.3	3.6
理容業 (n=420)	21.0	78.3	0.7
美容業 (n=460)	32.4	67.2	0.4
映画館 (n=59)	42.4	54.2	3.4
ホテル・旅館業 (n=180)	73.3	24.4	2.2
公衆浴場業 (n=106)	39.6	59.4	0.9
クリーニング業 (n=261)	53.3	46.0	0.8

7 販売価格引き上げの理由

- 販売価格引き上げの理由は、「仕入価格上昇分の転嫁」と回答した企業割合が84.3%と最も高く、次いで「人件費以外の経費の増加」（35.0%）、「人件費の増加」（33.6%）となった（図表13）。

図表13 販売価格引き上げの理由【複数回答】



- ※ 販売価格を「引き上げた」と回答した企業に尋ねたもの。
 ※ 複数回答のため、割合の合計は100にならない。
 ※ カッコ内は前回調査の回答割合
 ※ 棒グラフ（オレンジ）は前回調査の回答割合を上回った項目

図表14 販売価格引き上げの理由【複数回答、業種別】

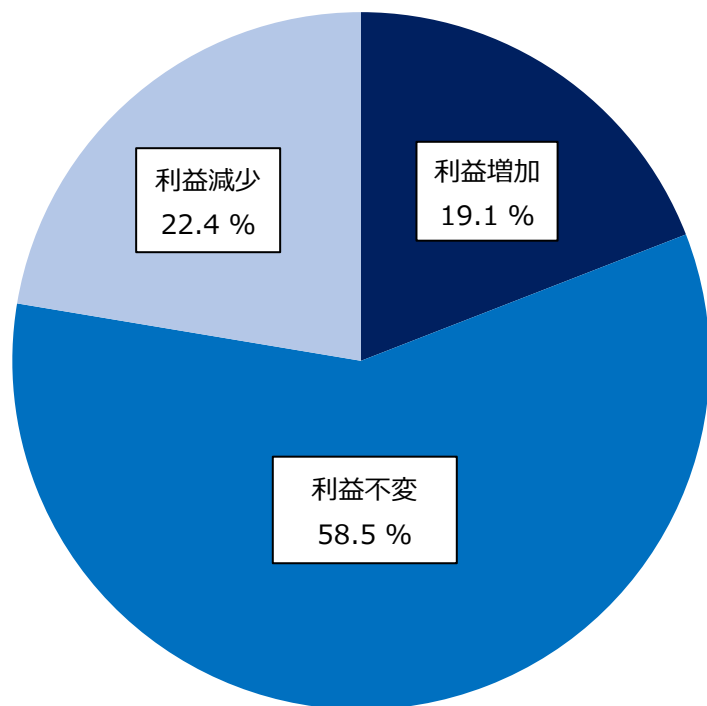
	仕入価格 上昇分の 転嫁	人件費以外 の経費の 増加	人件費の 増加	商品・サ ービスの 付加価値 向上	商品・サ ービスの 変更	取引先 （販売 先）の 変更	その他
全体 (n=1,528)	84.3	35.0	33.6	21.1	13.9	5.4	3.5
飲食業 (n=807)	88.2	33.5	32.2	19.7	15.4	6.1	2.4
食肉・食鳥肉販売業 (n=114)	93.0	36.0	38.6	14.0	5.3	4.4	1.8
冰雪販売業 (n=32)	90.6	21.9	31.3	15.6	3.1	6.3	6.3
理容業 (n=88)	64.8	28.4	19.3	25.0	13.6	5.7	8.0
美容業 (n=149)	65.1	27.5	24.2	28.2	22.1	2.0	4.7
映画館 (n=25)	72.0	48.0	76.0	8.0	4.0	0.0	0.0
ホテル・旅館業 (n=132)	87.1	53.8	58.3	31.1	12.9	8.3	3.8
公衆浴場業 (n=42)	83.3	33.3	16.7	2.4	2.4	7.1	14.3
クリーニング業 (n=139)	85.6	38.8	30.9	24.5	12.9	3.6	4.3

8 販売価格を引き上げた企業の利益の動向

- 販売価格を引き上げた企業の利益の動向は、「利益不変」と回答した企業割合が58.5%と最も多く、次いで「利益減少」（22.4%）、「利益増加」（19.1%）の順となった。（図表15）。

図表15 販売価格を引き上げた企業の利益の動向

(n=1,529)



※販売価格を「引き上げた」と回答した企業に尋ねたもの。

図表16 販売価格を引き上げた企業の利益の動向【業種別】

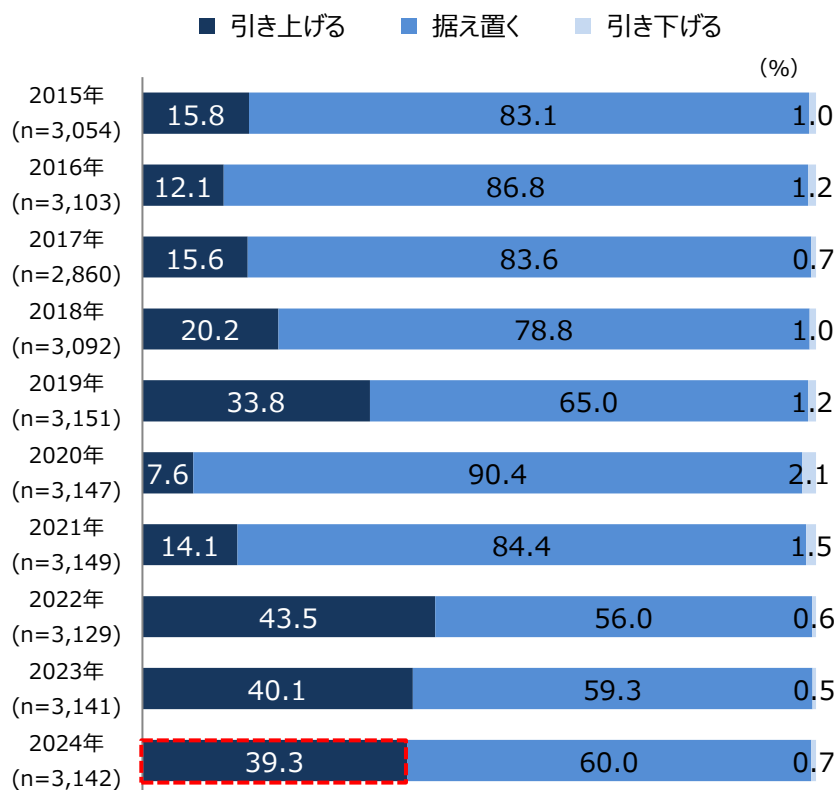
(%)

	利益増加	利益不変	利益減少
全体 (n=1,529)	19.1	58.5	22.4
飲食業 (n=808)	17.2	57.3	25.5
食肉・食鳥肉販売業 (n=114)	19.3	53.5	27.2
冰雪販売業 (n=32)	25.0	56.3	18.8
理容業 (n=88)	26.1	62.5	11.4
美容業 (n=149)	15.4	71.1	13.4
映画館 (n=25)	20.0	44.0	36.0
ホテル・旅館業 (n=132)	27.3	47.7	25.0
公衆浴場業 (n=42)	21.4	69.0	9.5
クリーニング業 (n=139)	19.4	64.0	16.5

9 今後1年間の販売価格の見通し

- 今後1年間の販売価格の見通しは、「引き上げる」と回答した企業割合が39.3%と、前年調査を0.8ポイント下回った（図表17）。
- 業種別にみると、ホテル・旅館業が57.8%と最も高く、次いで食肉・食鳥肉販売業（54.9%）、冰雪販売業（46.4%）となっている（図表18）。

図表17 今後1年間の販売価格の見通し



図表18 今後1年間の販売価格の見通し【業種別】

	引き上げる (%)	据え置く (%)	引き下げる (%)
全体 (n=3,142)	39.3	60.0	0.7
飲食業 (n=1,444)	45.7	53.8	0.5
食肉・食鳥肉販売業 (n=153)	54.9	44.4	0.7
冰雪販売業 (n=56)	46.4	53.6	0.0
理容業 (n=422)	20.6	78.7	0.7
美容業 (n=461)	21.7	78.1	0.2
映画館 (n=59)	30.5	66.1	3.4
ホテル・旅館業 (n=180)	57.8	40.6	1.7
公衆浴場業 (n=106)	39.6	57.5	2.8
クリーニング業 (n=261)	43.3	55.9	0.8